



#124 0360
5580

500.40915X00

IN THE UNITED STATES PATENT AND TRADEMARK OFFICE

Applicant(s): H. SAKAGAWA
Serial No.: 09 / 994,864
Filed: NOVEMBER 28, 2001
Title: ELECTRONIC MAIL ADVERTISEMENT SYSTEM, METHOD,
AND PROGRAM STORAGE MEDIUM.

LETTER CLAIMING RIGHT OF PRIORITY

Assistant Commissioner for
Patents
Washington, D.C. 20231

DECEMBER 13, 2001

Sir:

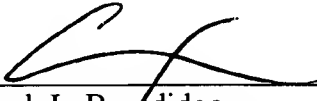
Under the provisions of 35 USC 119 and 37 CFR 1.55, the applicant(s) hereby claim(s)
the right of priority based on:

Japanese Patent Application No. 2000 - 371487
Filed: DECEMBER 1, 2000

A certified copy of said Japanese Patent Application is attached.

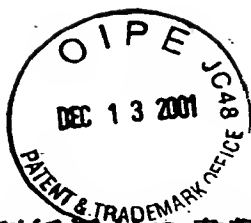
Respectfully submitted,

ANTONELLI, TERRY, STOUT & KRAUS, LLP



Carl I. Brundidge
Registration No. 29,621

CIB/rp
Attachment



日 本 国 特 許 庁
JAPAN PATENT OFFICE

別紙添付の書類に記載されている事項は下記の出願書類に記載されている事項と同一であることを証明する。

This is to certify that the annexed is a true copy of the following application as filed with this Office

出 願 年 月 日

Date of Application:

2000年12月 1日

出 願 番 号

Application Number:

特願2000-371487

出 願 人

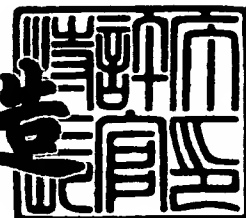
Applicant(s):

株式会社日立製作所

2001年11月30日

特 許 庁 長 官
Commissioner,
Japan Patent Office

及 川 耕 造



出証番号 出証特2001-3105766

【書類名】 特許願

【整理番号】 K00013651

【提出日】 平成12年12月 1日

【あて先】 特許庁長官殿

【国際特許分類】 G06F 17/60

【請求項の数】 12

【発明者】

 【住所又は居所】 神奈川県横浜市戸塚区戸塚町5030番地 株式会社日立製作所 ソフトウェア事業部内

 【氏名】 坂川 博昭

【特許出願人】

 【識別番号】 000005108

 【氏名又は名称】 株式会社日立製作所

【代理人】

 【識別番号】 100075096

 【弁理士】

 【氏名又は名称】 作田 康夫

【手数料の表示】

 【予納台帳番号】 013088

 【納付金額】 21,000円

【提出物件の目録】

 【物件名】 明細書 1

 【物件名】 図面 1

 【物件名】 要約書 1

【プルーフの要否】 要

【書類名】 明細書

【発明の名称】 電子メールを利用した広告システム、方法および前記方法を実現するプログラムを格納した記録媒体

【特許請求の範囲】

【請求項 1】

複数の端末と前記端末からの要求に応じて電子メールを送信するサーバとを有するシステムにおいて、前記サーバが前記電子メールに広告に関する情報を送信する電子メールを利用した広告方法において、

前記サーバは端末からの電子メールの送信要求に応じて、
広告文、前記広告に関連する URL、当該サーバの URL、識別子を付加した情報を生成し、

要求元の前記端末へ電子メールと共に生成された前記情報を送信することを特徴とする電子メールを利用した広告方法。

【請求項 2】

前記 URL に付加する識別子とは、該識別子を認識する端末に関する情報、ユーザ ID に関する情報であることを特徴とする請求項 1 記載の電子メールを利用した広告方法。

【請求項 3】

前記電子メールと共に送信された前記情報を受け取った前記端末は、電子メールと共に前記情報を画面上に表示し、
表示された前記情報を指示することにより、前記情報に含まれる前記広告に関連する URL、前記識別子を前記サーバへ送信することを特徴とする請求項 2 記載の電子メールを利用した広告方法。

【請求項 4】

前記端末から広告に関する前記 URL、前記識別子を受けたサーバは、前記 URL に従って他の端末へアクセスし、前記識別子に従って広告に関する前記 URL を送信した端末を特定する請求項 3 記載の電子メールを利用した広告方法。

【請求項 5】

複数の端末と前記端末からの要求に応じて電子メールを送信するサーバとを有

するシステムにおいて、前記サーバが前記電子メールに広告に関する情報を送信する電子メールを利用した広告システムにおいて、

前記サーバは端末からの電子メールの送信要求受け部と、
広告文、前記広告に関連するURL、当該サーバのURL、識別子を付加した情報を生成する情報生成部と、

要求元の前記端末へ電子メールと共に生成された前記情報を送信する送信部とを有することを特徴とする電子メールを利用した広告システム。

【請求項6】

請求項1記載の方法を実現するプログラムを格納した計算機読み取り可能な記録媒体。

【請求項7】

ネットワークに利用者端末とサーバとデータベースとメールサーバと広告主端末とが接続されたシステムにおける電子メールを利用した広告方法において、

前記データベースに利用者端末から送信された利用者関連情報と、広告主端末から送信された広告関連情報とを保持し、

前記利用者端末から送信された電子メール受信要求データを前記サーバで受け付け、前記受信要求データから利用者識別子を抽出し、

前記サーバは前記電子メール受信要求に基づき、前記メールサーバに利用者端末宛の電子メールが届いているか問合せ、

前記問合せの結果、前記利用者端末宛の電子メールが届いている場合は、前記電子メールをサーバにて受信し、

前記抽出した利用者識別子に基づいて、前記データベースに格納された利用者関連情報と広告関連情報とを検索し、

前記検索結果に基づき、広告と、前記広告情報を参照するためのURLに識別子を付加した情報を前記サーバで受信した電子メールに挿入し、

前記利用者端末へ前記広告情報を付加した電子メールを送信することを特徴とした電子メールを利用した広告方法。

【請求項8】

請求項7記載の電子メールを利用した広告方法において、

前記利用者端末が受信する電子メールへ広告を挿入する場合において、

前記サーバで、広告挿入箇所に応じて利用者への還元金額を計算し、

前記広告主端末へ前記計算結果を送付することを特徴とする電子メールを利用した広告方法。

【請求項 9】

ネットワークに利用者端末とサーバとデータベースとメールサーバと広告主端末とが接続されたシステムにおける電子メールを利用した広告システムにおいて

前記利用者端末から送信された利用者関連情報と、前記広告主端末から送信された広告関連情報とを保持する前記データベースと、

前記利用者端末から送信された電子メール受信要求データを受け付け、前記受信要求データから利用者識別子を抽出し、前記抽出した利用者識別子に基づき前記利用者関連情報と前記広告関連情報を検索し、前記利用者端末へ送付する電子メールに前記検索結果に基づいて広告を挿入し、前記広告挿入情報に基づいて利用者への還元料金を計算機し、前記利用者への還元料金計算結果を前記広告主サーバへ送信するサーバと、

を有することを特徴とした電子メールを利用した広告システム。

【請求項 10】

電子メールの送信及び受信を行う利用者端末と、広告を提供する広告提供端末と、前記利用者端末からの要求に応じて電子メールを前記利用者端末へ送信するサーバとを有するシステムであって、前記サーバが前記利用者端末へ電子メールと共に広告に関する情報を送る電子メールを利用した広告方法であって、

前記サーバは、予め広告の提供者から受けた還元金額を保持し、

前記前記利用者端末から前記広告提供端末を特定する情報と利用者を特定する識別情報とを受けた場合に、予め前記識別情報と対応付けされた利用者情報から前記識別情報に対応する利用者を特定し、該利用者へ前記保持された還元金の一部を割り当てることを特徴とする電子メールを利用した広告方法。

【請求項 11】

前記サーバは、前記還元金の一部を割り当てることのできた利用者の端末に、

前記広告提供端末を特定する情報に基づいて広告端末へアクセスし、前記利用者端末へ前記広告提供端末から提供される広告を送信することを特徴とする請求項 1 0 記載の電子メールを利用した広告方法。

【請求項 1 2】

前記サーバは、前記利用者端末へ電子メールを送る際に、電子メールの作成者を抽出して、前記利用者と対応付けて保持し、

前記前記利用者端末から前記広告提供端末を特定する情報と利用者を特定する識別情報とを受けた場合に、前記電子メールの作成者と利用者とは同一の場合に前記還元金の一部を前記利用者へ割り当てないことを特徴とする請求項 1 1 記載の電子メールを利用した広告方法。

【発明の詳細な説明】

【0 0 0 1】

【発明の属する技術分野】

本発明は、メールに広告に関する情報を付加して送る広告を提供するシステムに関するものである。

【0 0 0 2】

【従来の技術】

ネットワークを介して利用者端末へ広告を提供するものとして、特開 2 0 0 0 - 2 1 5 1 2 2 号公報、特開平 1 0 - 2 9 0 4 4 3 号公報などに記載された技術がある。特開平 2 0 0 0 - 2 1 5 1 2 2 号公報には、電子メールデータに発信者の属性データを添付して発信し、中継装置で、その属性に適合した広告データや案内情報データを添付して受信者の端末に送信することが記載されている。更に、広告データをバナー広告データとすることにより、端末の簡単な操作でより詳しい内容の広告情報が得られる可能性が高まることが記載されている。また、特開平 1 0 - 2 9 0 4 4 3 号公報には、コンテンツ実体に、広告映像が付加されたビデオ・オン・デマンド・システムを制御するビデオ・オン・デマンド・システム制御方法において、コンテンツ実体に付加される広告映像情報の認証情報を、デジタル透かし技術により埋め込み、契約者端末に送信し、契約者端末において、コンテンツ実体を再生する際に、広告映像情報の認証情報を抽出し、契約者

により予め登録されている広告映像認証情報と抽出した認証情報とを比較し、比較した結果に基づいて、コンテンツの再生又は課金を行うことが記載されている。

【0003】

一方、特開平9-114755号公報には、情報の利用時に広告を出力し、情報の利用料金の一部を広告料で賄うことで、情報の利用者に対して利用料金の一部を割り引いて利用者の利用料金の負担を軽減し、デジタル情報の利用および流通をより一層促進させる情報課金システムが記載されている。

【0004】

【発明が解決しようとする課題】

ネットワーク上に設けられたサーバで送信する電子メールに広告のアドレスを添付して送り、受信者がこのアドレスで広告をアクセスした場合、サーバでは受信者が広告をアクセスしたかどうか確認することができない場合があり、アクセスした人に更なるサービスを提供することができないといった問題がある。

【0005】

上記従来技術の特開2000-215122号公報、特開平10-290443号公報、特開平9-114755号公報には、上記のように受信者が広告をアクセスしたか確認すること、アクセスした人を確認して更なるサービスを提供することについては開示されていない。

【0006】

本発明の目的は、広告をアクセスした人をサーバ側で確認することができるシステムを提供することにある。

また、本発明の他の目的は、広告の提供を利用する利用者へ利用料金を割り引くサービスを行うシステムを提供することにある。

【0007】

【課題を解決するための手段】

上記目的を達成する一つ的手段として、ネットワーク上に設けられたサーバが、メール受信者へメールを送信する際に、サーバのアドレス、識別情報、広告先のアドレスとを含むアドレス情報を付加する。このようにすることで、メールの

受信者が広告をアクセスする際に、必ずサーバを経由することになり、サーバでは識別情報によりどの受信者が広告へアクセスしたか確認することが可能となる。

【0008】

また、上記目的を達成する一つ的手段として、広告を提供するサーバが、利用者端末から広告提供端末を特定する情報と利用者を特定する識別情報とを受けた場合に、利用者の口座へ広告主が振り込むようにする。このようにすることで、広告主にとっては広告を参照する利用者を増やすことができる。

【0009】

【発明の実施の形態】

図1はインターネットを含む通信網を利用したシステム全体の構成である。構成要素の説明を以下に記述する。

【0010】

広告主端末101は、広告挿入サーバ103に対し、利用者の電子メールへの広告挿入を依頼する。

【0011】

広告挿入サーバ103は、広告主端末101から広告関連情報を受信し、広告関連情報の格納および管理をする。ここで、広告関連情報とは、広告主名称、広告種別、広告内容、広告要求先のメールアドレス、広告情報にアクセスするためのURL等を指す。

【0012】

また、広告挿入サーバ103は、利用者端末106～108から、利用者関連情報を受信し、利用者関連情報の格納および管理をする。ここで、利用者関連情報とは、利用者名称、利用者識別子（ユーザ識別子）、メールアドレス、利用者の趣味・嗜好、利用者が決済時に利用する銀行名・支店名・口座番号、利用形態（利用端末名（機種名、型式名など））等を指す。

【0013】

なお、上記の広告挿入サーバ103が受信する情報は、広告主端末101もしくは利用者端末106～108から送信されない場合もある。例えば、ISPシ

システム102が利用者関連情報を保持しており、広告挿入サーバ103へ利用者関連情報を送信することにも良い。

【0014】

利用者は、利用者端末106～108から、通信網105を利用してISPシステム102（インターネットサービスプロバイダ=Internet Service Provider=ISP）をメール送受信のために利用する。ISPシステム102は、Webサーバ109、メールサーバ110等を有する。

【0015】

銀行システム104は、（広告アクセスに対する利用者への料金還元と）、ISPシステム102利用による利用料金の決済（料金徴収等）、通信網利用による利用料金決済（徴収）等を行う。利用者に対する還元金額の決済には、広告挿入サーバ103が保持するデータベースの情報を利用する。

【0016】

広告挿入サーバ103の機能および広告挿入サーバ103が保持するデータベースについては図2で示す。

図2は広告挿入サーバ103の構成を機能ブロックで示したものである。

【0017】

広告挿入サーバ装置201の説明を以下に記す。

通信網105と各種データのやり取りを行う通信部202と、電子メールの受信を行うメール受信部203と、電子メールに広告を挿入する広告挿入部204と、広告主端末101より広告したい情報を登録したり、利用者端末106より個人情報登録するデータ登録部205と、利用者端末106から送信される電子メールをメールサーバ110に転送し、広告を要求する電子メールであるかどうかの判断を行う電子メール送信部206と、利用者のWebアクセスによるアクセス解析を行うWebアクセス処理部207と、広告アクセスの量、頻度などにより電子メール利用者の利用料金を計算し、還元等の決済をする料金処理部208と、各処理部からの要求によって適切なデータベースアクセスを行うデータベースアクセス部209とを有している。

【0018】

以上が広告挿入サーバ201の主な構成である。

次に広告挿入サーバ201に接続されているデータベース210～212についての説明をする。

個人情報データベース210は利用者の趣味などが登録されており、アクセス情報データベース211は利用者がアクセスした広告主ごとの還元料金を格納している。広告主情報データベース212は電子メールに挿入される広告情報などが登録されている。

【0019】

広告主情報データベース212の構成を図6に示す。広告主情報データベース212は広告主名601、広告の内容の種別602、広告内容603、電子メールアドレス604、挿入回数605、広告挿入の終了日付606、1アクセスあたりの単価607、割増単価608、挿入位置609、アクセス判定時刻610を各要素とするレコードの集合体である。

【0020】

広告主名601は広告挿入を依頼する広告主名であるが、内部処理で用いる広告主のIDの役割を果たす。なお、広告主名をIDとして用いずに別な方法でID（識別子）をつけて利用しても良い。たとえば、DBに格納した順番に従い、広告主名に番号を割当て、その番号を識別子として用いても良い。

【0021】

広告の内容の種別602は広告主が依頼する広告の商品の種類である。例えば商品が口紅ならば化粧品、本とか雑誌の紹介ならば書籍である。後述する個人情報データベース210の趣味・嗜好803と種別602とを照らし合わせ、合致するものが広告として利用者の電子メールに挿入されることになる。このような合致・類似判断機能を広告挿入部204に持たせても良い。

【0022】

広告の内容603は広告として利用者の電子メールに挿入される広告の内容である。図11・図12に一例を示す。

電子メールアドレス604は利用者端末が携帯電話など、電子メールに挿入さ

れている広告のURLに対してアクセスできない場合の、広告の詳細を要求する広告主への広告詳細要求用電子メールアドレスである（尚、住所、電話番号など広告主へアクセスするための他の情報を保持しても良い）。携帯電話での電子メールへの広告挿入の場合、広告内容603の内容を、電子メールアドレス604へメールを送るように記述を変更する（つまり電子メール広告用のフォーマットに変換し、広告要求先の電子メールアドレス等の情報を付加しても良い。尚、これらの処理は、図3の広告挿入時に行う。）。

【0023】

その結果の例を図11に示す。ここでは、広告文の前後の行に“－”の符号を並べたものをつけ、広告文を一文ごとに改行して利用者に見やすく表示している。

【0024】

このほか、端末に応じて広告の絵柄・動画像・音声などを付加した広告をDBに格納しておき、利用者が広告の図をクリックした場合に、動画像や音声などで広告案内をするように広告文を変換し、利用者にとって分かりやすく、興味を引くようなフォーマットに変換しても良い。このような、広告文の表示の変換用のテンプレートとなるデータを、広告挿入部に持たせ、端末・広告種別に応じたテンプレートに基づいて広告表示のフォーマットを変換するという機能を広告挿入部の機能として持たせても良い。

【0025】

また、DBに格納した電子メールアドレス604等の情報は、広告主へのISPシステム事業者からの料金請求などの通知用として利用できる。

【0026】

挿入回数605はその広告が何回電子メールに挿入されたかの累計カウンタである。広告主は広告挿入事業者サーバに問い合わせることで最終的に何回挿入されたのかを知ることが出来る。この広告挿入回数605と対応する種別602とを調べることにより、どの種別の商品が一番利用者にとって関心のあるものなのかを調べる目安となる。また、広告挿入回数605の数値の増減に基づいて、広告単価607の数値を増減しても良く、このような機能を料金処理部208に持

たせても良い。

【0027】

広告挿入の終了日付606は広告挿入を続ける期限である。この日を過ぎるとその広告は挿入されない。また、期限を過ぎた広告については削除しても良い。このように期限を定めておくことは、期間限定の商品・サービスを提供する場合に有効である。つまり、広告挿入サーバ103から利用者端末106～108に対して、期限の切れた古い広告を送付することがないように期限設定をすることが可能であり、広告主に対しては、季節物の商品広告に対して、期間に応じて広告に対して出資してもらうことが可能となる。このため、送付する広告内容・広告費用などの無駄を減らすことができる。

【0028】

1アクセスあたりの単価607は広告に記述されている広告の詳細にアクセスした場合の利用者への還元金である。URLで記述されている場合はその場所をクリックするごとに、メールアドレスが記述されている場合は、そのアドレスにメールを送るごとに還元される単価である。この値は広告主が決定し、その決定した値をDBへ格納する。

【0029】

割増単価608は、利用者が頻繁にアクセスを行う場合（アクセス頻度が高い場合）に設定される、利用者への1アクセスあたりの還元金額の単価である。（ここで、頻繁にアクセスを行うとは、基準となる時間を定めて、DBに格納しておき、あるアクセスがあった時刻から、次のアクセスがあった時刻までの時間が、基準時間よりも短い場合等を意味する。例えば、化粧品という商品の場合には、2時間以内に次のアクセスがあった場合を頻繁にアクセスがあったと判定しても良い。また、不動産など、比較的考慮に時間のかかる物件の場合には2週間という期間を基準として、頻繁にアクセスがあったと判定しても良い。このように物品に応じたアクセス時刻を設定して、頻繁にアクセスがあったか否かの判定をしても良い。）ここでは、利用者が高い頻度で広告にアクセスした場合を想定し、広告価値が上がり、1アクセスあたりの単価607よりより高い広告料608を利用者は受け取ることが出来るよう設定している。（つまり、アクセス頻度や

、広告挿入回数605に応じて、割増単価608を決定しても良い）。広告主は1アクセスあたりの単価607より高い値を設定しても良い。（尚、広告主はアクセス回数・頻度は低くとも、利用者が商品を購入した場合に、利用者に対して還元金額を設定しても良い。）

挿入位置609は図9のメール本文901に対して前側902か後側903かを指定する。電子メールの本文の前に挿入された場合、利用者が目を通す確立が高く、本文の後ろに挿入される場合に比べて基本料金としての挿入手数料を高くしている。指定する値としては前側＝1、後側＝2とする。

【0030】

アクセス判定時刻610は、ある広告へ頻繁にアクセスがあったかどうかを判定する場合に用いる値である。最終アクセス日時705から利用者が次にアクセスした時刻までの値と、図6に示したアクセス判定時刻610の値とを比較し、アクセス判定時刻610の値よりも、利用者の最終アクセス日時705から次のアクセス時刻までの値のほうが小さい場合には、広告に頻繁にアクセスがあったと判断し、広告挿入サーバ103の料金処理部208で頻繁にアクセスがあったと判定された利用者の広告料に割増単価608の値を加算する。

【0031】

つまり、頻繁に広告へアクセスしたか否かの判定と、利用者へ広告利用料金として還元するための計算のためにアクセス判定時刻610の値を用いる。図6の610では、格納するアクセス判定時刻データの一例として“日：時：分”と示した値がデータベースの中に格納したものを示したが、アクセス頻度が判定できる値であれば、別な値でも良い。たとえば、最終アクセス日時705と次のアクセス時刻との比較ではなく、ある一定期間の開始期日と終了期日とを定めて格納しておき（例：2000年12月20日～2000年12月25日の場合には、20001220を開始期日とし、20001225を終了期日として、データベースへ格納してもよい。）、定めた期間内に何回アクセスがあったかをカウントし、その期間内のアクセス回数の応じて利用者へ料金を還元してもよい。

【0032】

広告主情報データベース212へのレコードの追加は広告主が広告主端末10

1 から広告挿入サーバ 1 0 3 に登録する時および広告主情報データベース 2 1 2 の情報の変更時に行われる。

【 0 0 3 3 】

データ登録部 2 0 5 では広告主端末 1 0 1 からの情報を元に、データベースアクセス部 2 0 9 を介し、広告主情報データベース 2 1 2 にデータを設定する。このとき、挿入回数 6 0 5 は 0 に設定する。

【 0 0 3 4 】

個人情報データベース 2 1 0 を図 8 に示す。個人情報データベース 2 1 0 は利用者の氏名 8 0 1、ユーザ識別子 8 0 2、趣味・嗜好 8 0 3、銀行名 8 0 4、支店名 8 0 5、口座番号 8 0 6、利用形態 8 0 7 を要素とするレコードの集合体である。

利用者の氏名 8 0 1 は利用者端末 1 0 6 を使用する人の名前である。

ユーザ識別子 8 0 2 は広告に記述してある詳細を示す URL にアクセスする場合に利用者を特定する識別子である。ここには利用者の電子メールアドレスを設定している。

趣味・嗜好 8 0 3 は利用者が送付を希望する広告の分野である。分野は複数指定することが出来る。前記の広告の内容の種別 6 0 2 と照らし合わせて内容の合致する広告しか利用者の受け取る電子メールには挿入されない。そのため、送付を希望しない広告を受け取ることが少なくなる。

銀行名 8 0 4 は利用者が電子メールに挿入されている広告を参照することにより広告主より還元金を受け取るための銀行名である。

支店名 8 0 5 は利用者の口座のある銀行の支店名である。

口座番号 8 0 6 は利用者の口座の口座番号である。

【 0 0 3 5 】

広告挿入サーバ 1 0 3 は広告主より一括して広告料を受け取り、各利用者の受け取り口座に広告料を振り込む。(広告挿入サーバ 1 0 3 にて算出した広告料金・利用者への還元金の数値に基づいて、広告挿入サーバ 1 0 3 を運営する会社の口座へ、広告主からの広告料金が振り込まれ、利用者の口座へ還元金が振り込まれる)。

【0036】

利用形態807は利用者端末106の形態を示す。ここでは利用形態の一例として、携帯電話、PDA (Personal Data Assistance)、PC (Personal Computer、もしくは表示装置が接続された端末等)を設定したが、これら以外の端末を設定しても良い。

【0037】

利用者端末の画面が小さく、受信文字数も少なく、電子メールからWWW (World Wide Web) へのアクセスが不可の場合、利用者端末形態は「携帯電話」として登録する。(この端末の携帯の登録は、利用者が利用者端末106～108から広告挿入サーバ103へ必要なデータを送信し、広告挿入サーバ103が利用者端末からのデータを受信し、個人情報データベース210へ格納することにより行う。) 携帯電話より比較的画面が大きく、受信文字数も大きくWWWアクセスも可の場合は「PDA」として登録する。しかし、PDAタイプでもWWWアクセスが不可の場合は「携帯電話」として登録する。それ以外で、大画面、でWWWアクセスも可の場合は「PC」として登録する。それぞれの形態により、挿入される広告の数や、広告の詳細を示す方法が変わってくる。

【0038】

利用者はこの広告挿入サービスを使用するに当たり、利用者端末106から、メール送受信・広告の利用に必要な各種の情報を広告挿入サーバ103に登録する(利用者が送信する情報の具体例については、図8の項目801～807を参照。)。広告主情報の場合と同様、データ登録部205では情報をデータベースアクセス部209を介し、個人情報データベース210に設定する。

【0039】

アクセス情報データベース211を図7に示す。アクセス情報データベース211は電子メールと共に送信した広告へのアクセスを管理するもので、利用者の氏名701、広告主名702、広告料703、アクセス回数704、最終アクセス日時705を要素とするレコードの集合体である。

利用者の氏名701は広告の詳細をアクセスした人の氏名である。内容としては個人情報データベース210の利用者の氏名801と同じになる。

広告主名 7 0 2 は、利用者 7 0 1 がアクセスした広告の広告主名である。内容としては広告主情報データベース 2 1 2 の広告主名 6 0 1 と同じになる。

広告料 7 0 3 は、電子メールに広告を挿入することにより利用者へ還元される広告料と、利用者が広告の詳細場所をアクセスすることにより受け取った還元金額とを合わせた額である。

【 0 0 4 0 】

アクセス回数 7 0 4 は利用者がその広告の詳細を示す場所へ何回アクセスしたかを記録しておくものである。この回数が多いと、その広告に興味を示しているという判断の 1 つの要素となる。

【 0 0 4 1 】

最終アクセス日時 7 0 5 は広告の詳細に対してアクセスした最終日時を記録する。アクセス回数 7 0 4 と合わせ、利用者がその広告に興味を示しているかどうかの判断に利用する。アクセス回数が少なくても間隔が短い場合（頻繁にアクセスがあった場合）には興味があるものと判断する。（なお、アクセスの間隔が短いとは、ある一定時間を定めておき、最終日時の時刻から次のアクセスの時刻までの時間が、前記定めた時刻よりも短い場合を指す。）次に広告挿入サーバ 1 0 3 の動作について説明する。

【 0 0 4 2 】

まず、電子メール受信部 2 0 3 の処理の流れを図 3 に示す。

本システムでは利用者の電子メール受信要求は電子メール受信部 2 0 3 が受け付ける。なお、広告挿入サーバ 1 0 3 を利用する利用者端末 1 0 6 ～ 1 0 8 には、予め利用者端末側で広告挿入サーバ 1 0 3 の電子メール受信部 2 0 3 を経由するよう広告挿入サーバ 1 0 3 のホスト情報等を設定をしておく。メール送受信要求は、SMTP (Simple Mail Transfer Protocol)、POP3 (Post Office Protocol version 3) などのメール送受信の際に必要な標準的規定に従うものとする。

【 0 0 4 3 】

電子メール受信部 2 0 3 に電子メール受信の問い合わせが入ると問合せ要求データから利用者の電子メールアドレスを抽出する（もしくは、利用者端末からの

メール受信要求データを受信し、メール受信要求データから利用者識別子を抽出しても良い）（ステップ302）（尚、ステップ302にて抽出した利用者の電子メールアドレスをキーとして、ステップ306で広告挿入を行う場合に、利用者DBを検索し、広告挿入の際に必要な情報をDBに格納されている情報から抽出する）。メールサーバ110に対し、電子メール受信の問い合わせを行う。（ステップ303）このメールサーバ110への問合せに必要なデータ（メールサーバ110へ問合せる場合に必要、ユーザIDやパスワード、メールサーバ110のアドレス等）は予め利用者が利用者端末106～108から広告挿入サーバ103へ登録しておくか、メール受信問い合わせを行う際に、利用者端末106～108から広告挿入サーバ103へ送信する。メールサーバ110への問合せの結果、メールサーバ110に、電子メール受信問合せをした利用者宛の受信メールがないと判断された場合（ステップ304）、メールの受信処理を終了する（ステップ309）。

【0044】

受信メールが存在する場合、メールサーバ110からメールを1通受信し（ステップ305）、受信したメールに対し広告挿入部204により、広告挿入を行う（ステップ306）。広告挿入が終了したら電子メール利用者端末106に対し電子メールを送付する（ステップ307）。その後メールサーバ110に未処理メールがあるかどうかを問い合わせ（つまり、メールサーバ110に、電子メール受信問合せをした利用者宛のメールが残っているかどうかを確認する。）（ステップ308）、未処理メールがある場合ステップ305からの処理を繰り返す。未処理メールがなくなった時点（ステップ308）で、広告挿入処理部の処理を抜ける（ステップ309）。ここでは一例として、利用者宛に届いた電子メールを一通ずつメールサーバ110から取出し、広告を付加して利用者へ送付するという方法を示したが、複数のメールをまとめてメールサーバ110から取出して、広告の付加を行っても良い。

【0045】

図9・図10に利用者が受け取る電子メールに広告が挿入された例を示す。なお、広告挿入の箇所・回数は端末形態に応じて変更するものとする。

利用者の端末形態が携帯電話の場合、挿入箇所1箇所です挿入回数1回とする。この例が、図9の広告挿入位置1（902）のみに広告を挿入した場合である。広告は本文901の前側に挿入されるものとする。

端末形態がPDAの場合に、挿入箇所2箇所までです挿入箇所はそれぞれ1回とした場合を示す。この例は、図9の広告挿入位置1（902）と広告挿入位置2（903）の両方に広告を挿入した場合である。この例では2箇所に広告が挿入されることを想定したが、挿入する広告がない場合、広告1または広告2は存在しなくても良い。

【0046】

端末形態がPCの場合に、挿入箇所は2箇所です挿入回数はそれぞれ3回とした場合を示す。この例は、図10となる。図10では、広告挿入位置1（902）に3つの広告（広告1、広告2、広告3）が入り、広告挿入位置2（903）に3つの広告（広告4、広告5、広告6）が入った状態を示している。PDAの場合と同様、広告がない場合、広告1から広告6のうち、いずれかが存在しない場合がある。

【0047】

図4に広告挿入処理部306の流れを示す。

広告挿入処理ではまず電子メール利用者の嗜好を利用者の個人情報データベース210の趣味・嗜好803より摘出する（410）。複数の広告を電子メールに挿入するため、広告挿入処理にループカウンタを設ける（ループカウンタの値の回数だけ、ステップ403～ステップ409までの処理を繰返す）。挿入位置決定処理403では、利用者の端末形態とループカウンタの値に応じて、広告挿入位置1（901）と広告挿入位置2（903）を順番に切り替える（切替については以下に記す）ことでそのループでの挿入位置を決定する。利用者の端末形態は利用者の個人情報データベース211の利用形態807から取得する。例えば、利用者の端末形態がPCの場合、ループカウンタが3までの場合は広告挿入位置1とし、ループカウンタが4以上の場合は広告挿入位置2とする。利用者端末形態がPDAの場合、ループカウンタが1の場合は広告挿入位置1とし、ループカウンタが2の場合広告挿入位置2とする。ステップ404ではステップ40

3で求めた挿入しようとする位置と合致し、広告終了日付606の過ぎていない広告を広告主情報データベース212より複数抽出する。ステップ405では抽出された複数の広告の中からランダムに挿入する広告を1つ決定する（もしくは、挿入する広告決定のための何らかのルールに基づき、広告を挿入してもよい。例えば、利用者への還元金額が大きい順に従って広告を挿入したり、広告主情報データベースに情報が格納された順番に従って広告を挿入しても良い）。ステップ406では決定した位置に、広告を挿入する。広告を挿入すると広告主情報データベース212の挿入回数605のカウントを+1する。それと同時に広告挿入料としてアクセス情報データベース211の広告料703に広告挿入サーバに格納された広告単価を加える。利用者に対して初めてその広告挿入サーバが電子メールへの広告を挿入する場合、アクセス情報データベース211のレコードを作成する。メール受信部206やステップ405で得られた利用者701と広告主名702を設定する。広告料703、アクセス回数704、最終アクセス日時705は0クリアしておく。

【0048】

その上で前記の広告挿入料を加算する。携帯電話からのアクセスの場合、挿入位置は1箇所のみとするため、処理をすぐに抜ける（ステップ407）。PDAからのアクセスの場合、上下に1箇所づつなので、まだ挿入が可能であれば挿入広告決定403まで処理を戻す（ステップ408）。PCの場合、規定回数（ここでは例として6回とする）に達するまで広告を挿入する（ステップ409）。

【0049】

図11に利用者の端末形態がPC、PDAなどURLにアクセスできる端末の場合の電子メールに挿入する広告の一例を示す。

【0050】

広告1002は広告主情報データベース212の広告内容603をもとに、簡単な広告の文句と利用者がWebブラウザを利用しアクセスし表示するURL（Uniform Resource Locator）からなっている。

【0051】

URLの一般的な表記法は、<scheme>:<scheme-specific-part>の書式で示さ

れる。ここで<scheme>とは、情報にアクセスする形式やプロトコルを表す識別子であり、http（ハイパーテキスト転送プロトコル）、ftp（ファイル転送プロトコル）、telnet（遠隔コンピュータとの通信）、wais（広域情報検索システム）、file（Webブラウザを起動しているコンピュータがローカルに有しているファイルへのアクセス）などがある。<scheme-specific-part>とは、schemeの種類によって異なった形式をしている。

【 0 0 5 2 】

なお、<scheme>にHTTPを用いる場合のURLは、一般的にhttp://<host>:<port>/<url-path>というように記述する。（<host>はドメイン名およびホスト名、またはホストアドレスの情報である。<port>はポート番号である。ポート番号は省略可であり、省略した場合には予約済みの80番のポートを用いる。<url-path>はHTTPのセクタであり、「/」で区切られたディレクトリ名とファイル名、および「.」で区切られたファイル識別子等の情報である。）本発明では例としてHTTPを用いた場合を示すが、HTTP以外のプロトコルに本発明を適用することも可能である。

【 0 0 5 3 】

広告内容603に記述されている実際の広告の詳細1302が表示されるURL（以下、広告詳細URLと記す）に、広告挿入サーバURLと、電子メール利用者を特定するID（802）と、広告の挿入位置（609）を示す情報を付加したものを、広告挿入部204で生成する。この生成した情報を、広告に付加した例を図11の1002に示す。ここでは、広告に“広告挿入サーバURL？広告詳細URL？利用者ID？挿入位置情報”という情報を付加した例を示している。図11では、http://abc/srvが広告挿入サーバURLを示し、http://www.xx.co.jp/yyyが広告詳細URLを示し、ID=ad1@xxx.co.jpがユーザ情報を示し、Pos=1が広告挿入位置情報を示すものとして図示した。なお、広告の詳細のない場合はURLの記述は不要である。

【 0 0 5 4 】

利用者端末106で電子メールに挿入されている広告のURL（“広告挿入サーバURL？広告詳細URL？利用者ID？挿入位置情報”という情報）をアク

セスした場合、ISPシステム102のWebサーバ109にURLアクセスの要求が行くのではなく、広告挿入サーバ103のWebアクセス処理部207が利用者のURLアクセスを受け取る。

【0055】

Webアクセス処理部207では利用者端末106から送られてきたURLより利用者ID、広告詳細URL、挿入位置を切り出し、広告主情報データベース212の広告内容603のURLと照合し、合致したレコードから広告主を決定し、利用者個人情報データベース210のユーザ識別子802から利用者IDが同じ利用者を特定する。その後、料金処理部208に広告主名601、利用者ID602、広告情報（挿入位置609）、URLアクセスであることを知らせる。これら広告挿入サーバ内での処理を行い、広告URLに記述された広告詳細情報を提供するWebサーバにアクセスし、利用者端末に広告の詳細1302が表示される。

【0056】

つまり、利用者は利用者端末106のブラウザもしくはメールクライアント等のソフトウェアから利用者端末に表示された“広告挿入サーバURL？広告詳細URL？利用者ID？挿入位置情報”の情報をマウス等クリックする（前述の情報にアクセスする）。この入力を利用者端末106のブラウザ機能等がうけて、広告挿入サーバURLに含まれている情報から広告挿入サーバ103へアクセスすることになる（上述したようにURLにはホスト情報等が含まれている）。広告挿入サーバ103では、“広告挿入サーバURL？広告詳細URL？利用者ID？挿入位置情報”の情報を受信し、この中に含まれる広告詳細URL、利用者ID、挿入位置情報の抽出を行い、利用者からのアクセス要求を、広告詳細URLに含まれる情報に基づいて広告詳細表示サーバ1304へ渡す。これらの処理の流れについては図14で示している。

【0057】

このように、URLに識別子を付加したデータを広告・メールに挿入する処理、広告・メールを利用者端末への送信処理、URLに識別子を付加したデータを受信し、前記URLと識別子との切り出し処理等の各種処理を広告挿入サーバ1

03で行うことにより、利用者にとっては、これまでと同じ操作で広告へアクセスすることができる。また、広告主（もしくはISP側）にとっては、広告挿入サーバ103で、URLと識別子との切り出し等の処理を行うため、広告主端末（もしくはISPシステム）にて広告にアクセスしてきた利用者の識別等をする手間が省け、広告挿入サーバ103側で利用者に関する情報の集計・管理等を行うため、これまでのシステム運用とほぼ同様のシステムで、広告の利用者に関する情報を得ることができる。

【0058】

尚、図11中の1002において、URLに識別子を付加した例として“広告挿入サーバURL？広告詳細URL？利用者ID？挿入位置情報”としたものを示したが、これ以外の方法でURLに何らかの識別子を付加して、利用者情報・広告情報の集計・管理等を行っても良いし、HTTP以外のものに本発明を適用しても良い。

【0059】

図12に携帯電話にて電子メールを受け取る際に挿入される広告の例を示す。携帯電話では広告のURLに対して操作ができないため（ここではURLとして示された情報へアクセスできない端末である場合を想定したが、アクセスできる端末であれば、PC、PDA等の端末と同様の処理を行っても良い。）、広告を送ってくれる電子メールアドレスに対して電子メールを送りその返信内容に広告が入る仕組みとする。広告主情報データベース212にはURLアクセスの場合の広告内容603が登録されているが、携帯電話での広告挿入時には広告宛先電子メールアドレス604を用いて、広告内容603を書き換えて電子メールに挿入する。

利用者は広告の詳細電子メールを広告主に要求する場合、広告内容をそのまま広告宛先電子メールアドレス604に送付する（図17）。その場合、ISPシステム102のメールサーバ110に電子メールが行くのではなく、広告挿入サーバ103のメール送信部206が一度受信する。メール送信部206ではその宛先メールアドレスより広告主情報データベース212の電子メールアドレス604から広告主を特定し、メール本文の内容と広告内容603を比較し、内容の

一致する場合、広告の詳細を要求する電子メールであると判断する。また、発信者アドレスより個人情報データベース210のユーザ識別子802より利用者を特定する。その後料金処理部208に広告主名601,ユーザ識別子802,挿入位置609,電子メールアクセスであることを知らせる。その後メールサーバ110に利用者から送られてきた電子メールの送信要求を出す。

【0060】

料金処理部208では広告主情報データベース212から利用者が得る還元料金607、広告主が広告挿入サーバ103管理会社・ISPシステム運営会社等へ支払う金額等を、個人情報DB210、アクセス情報DB211および広告主DB212に格納されている値に基づいて計算する。還元料金は広告を挿入する位置によって料金が違う。電子メール本文の前側に挿入する場合、利用者は必ず広告を目にすることになるが、後側に挿入された場合、広告を見ない可能性もある。そのため先頭に挿入する場合は最後に挿入する場合のn倍の料金とする。図6の単価607は最後に挿入する場合の料金とする。(尚、料金については、広告挿入箇所に応じた別な算定方法としても良い。たとえば、中央に配置した場合には高額の還元金額が、広告主から利用者の口座へ振り込まれるようにしても良い。)

図5に料金処理部208の流れを示す。

ステップ502では広告詳細要求がURLアクセスで行われたのか、電子メールで行われたのかのチェックを行う。電子メールでのアクセスの場合、送付しようとする電子メールより、利用者のユーザID(電子メールアドレス)抽出(ステップ503)、宛先(広告用電子メールアドレス)抽出(ステップ504)を行い、抽出した広告用電子メールアドレスより、広告主情報データベース212のメールアドレス604の比較を行い、広告主を特定する。

【0061】

ステップ502でURLアクセスと判断された場合、利用者端末106から送られてきた広告詳細を示すURLに埋め込まれている利用者のユーザIDを抽出し(ステップ506)、本来の広告詳細URLと分離する(ステップ507)。このURLを元に広告主情報データベース212の広告内容603のなかから該

当URLを検索し、広告主を特定する。

【0062】

この情報を元にアクセス情報データベース211のアクセス回数704と最終アクセス日時705よりその広告へのアクセスが頻繁に行われているかどうかの判断を行い（ステップ509）、頻繁に行われている場合は、割増単価608を元に割増料金を広告料703に加算する（ステップ510）。回数が多い場合や、アクセス間隔が短い場合はその広告に対して興味があるものと判断する。頻繁でない場合は、通常の料金を加算する（ステップ511）。

【0063】

ステップ512でアクセス回数704を+1し、広告料703に更新した広告料を書き込む。また、アクセスした日時を最終アクセス日時705に記録する。その後料金処理部の処理を終了する。URLアクセスや電子メールの送付以外にもその広告を見ることにより商品等の契約を広告主101と結んだ場合、さらに還元金額を追加する。契約は広告の詳細のWWWフォーム上での注文・決済で行う。広告による注文であることを示すため、専用フォームで広告による注文であることを特定する（図16）。電子メールでしか利用できない端末では前述の電子メールアドレス604へ注文内容を送る。注文の結果、利用者が購入した場合による還元金の追加分は広告主101が広告挿入サーバ103の広告挿入事業者に連絡し、契約による追加分の料金をアクセス情報データベース211の広告料703に加える。あるいは同額を支払い時に割り引いてもらう。

広告主101への広告アクセスによる利用者への還元金の請求は月に1度程度行われる。

まず、基本料金として広告を挿入することに対する料金の算出を行う。

広告主情報データベース212には広告挿入回数605が記録されているため、この値に広告事業主業者103の決定する単価をかけた値を基本料金として上記還元金にくわえて広告主101に請求する。広告の挿入する位置により広告参照による還元金の差があるように、基本料金にも差をつけることが出来る。その場合、図12のように広告主情報データベース212に基本料金1201の項を設け、挿入回数605に1を加える際、基本料金に1挿入あたりの単価に挿入位置

による補正値をかけた値を加える。補正値は電子メールの本文の後ろに挿入した場合に対する、前側に挿入した場合の料金比率である。

【0064】

さらに広告主ごとの還元金の合計を求める。還元金の合計はアクセス情報データベース211の広告主702の項目の広告主名が同じレコードの広告料703を合計することによって求まる。

【0065】

基本料金と還元金の合計が、広告主に対する請求金額となる。

【0066】

広告挿入事業者は広告主の電子メールアドレス604に対し前記料金を請求すると同時にその月の広告挿入回数605、アクセス回数704を通知する。請求を受けた広告主は広告挿入事業者の指定の口座に請求金額を払い込む。広告主への請求と同時に利用者への広告料の還元が行われる。

【0067】

広告主より請求金額が振り込まれると広告料703の該当広告主の金額を0にし、広告挿入回数605を0クリアする。

【0068】

利用者の端末形態としてPDAやPCを用いた場合の大きな流れは図14のとおりである。

【0069】

電子メール利用者端末106において広告挿入サーバ103を介してメールサーバ110から電子メールを受信すると、広告挿入サーバ103が広告主端末101にて登録した広告1101とメールサーバ110から受信したメール本文901をマージし広告付き電子メール1301として送られてくる。

【0070】

電子メールに挿入されている広告1301に記載されている広告の詳細を示す情報(URL+識別子)を参照すると、広告挿入サーバ103にて、URLと識別子の判別を行い、広告挿入サーバ103から広告詳細表示サーバ1304へ広告詳細表示要求を行い、広告主が用意したWWW上の広告詳細1302が表示さ

れる。また、広告挿入サーバ103は、判別した識別子より、個人情報DB210、アクセス情報DB211、広告主情報DB212へアクセスし、料金処理部208にて利用料金・広告料金等の計算を行い、必要に応じて広告主へ決済要求を出す。そして、広告挿入サーバの料金処理部208が出した決済金額や広告挿入サーバがアクセスするDB210～212の情報に従い、広告主からISPシステム102へ広告料が振り込まれ、広告料が利用者にも還元される。

【0071】

また、利用者が広告の詳細を示すURLにアクセスした場合、アクセスしたことを広告主に通知することも可能である。Webアクセス処理部207では広告主名と利用者ID（利用者の電子メールアドレス）が特定されるため、メール送信部206を介して広告主に対し、利用者の電子メールアドレスをアクセス通知メール1303にて通知することが出来る。広告主としてはアクセス状況がわかる上、得られた電子メールアドレスに対しダイレクトメールを発行することが可能となる。

【0072】

利用者の端末形態として携帯電話を用いた場合の大きな流れは図15のとおりである。

基本的な流れはPDA、PCの場合（図14）と同じであるが、広告の詳細を示すURLアクセスが電子メール送付になることが違う。利用者は広告の詳細を希望する場合、広告主が用意した広告詳細宛先電子メールアドレス604に対し、送られてきた広告内容を転送する（1401）。広告主は受け取った広告要求メール1401の差出人に対し、広告詳細メール（1402）を送付する。

【0073】

広告挿入サーバは独立して運営することができる。その場合、利用者端末106が電子メール操作ソフトを使い、自分のメールボックスのあるISPシステム103から電子メールを取り出す場合、ISPシステム103に接続する要領で、独立した広告挿入事業者サーバに接続する。広告挿入事業者サーバのメール受信部203は利用者から受け取ったユーザIDやパスワードなどの情報でISPシステム102のメールボックスにアクセスする。Webアクセスの場合も同様で

あり、広告事業者サーバ自体がISPシステムとの中継役をすることになる。

【0074】

以上に説明したように、本発明を利用することにより、広告挿入サーバ103は、利用者からみればメールサーバ（もしくはISP側の各種サーバ、WWWサーバ等）としての機能を持つため、利用者にとっては従来メールサーバ等と接続していた状態とほぼ同様の操作で、広告サービスを利用することができる。また、広告主（又はISP側）にとっては、広告挿入サーバ103が、広告の挿入・利用者に関する情報等の集計・管理等を行うため、広告主端末側（又はISP側のシステム）で利用者情報の集計システム等を新規に導入せずに利用者に関する情報を得ることができる。

【0075】

このように本発明の広告挿入サーバ103を用いることで、利用者端末、広告主端末（又はISP側システム）の各々において、従来から使用してきたシステム（およびアプリケーション等）を大幅に変更することなく、新規に広告サービスの提供が可能となる。上記ではISPを例としてあげたが、ASP（Application Service Provider）等の各種サービスを提供する機関において、本発明の技術を適用してもよい。

【0076】

尚、図2で示した各機能ブロックの処理の全て又は一部を記述したプログラムをコンピュータで読み取り可能な記録媒体（磁気ディスク、光ディスクなど）に格納し、計算機（もしくは携帯端末等）を用いて、前記記録媒体から前記プログラムをインストールして前記プログラムを使用しても良いし、前記記録媒体にネットワークを通じてアクセスして、前記プログラムをダウンロードして使用しても良い。

【0077】

次に、他の実施例について説明する。

本実施例は、広告主が予め利用者に還元するための料金を一括して銀行の口座へ振り込んでおき、広告挿入サーバが予め振り込まれた還元金を広告を利用した利用者へ振り分けるものである。これは図1で示したシステムでも実現できるが

、ここでは、広告挿入サーバ103とメールサーバ110とが同じ事業主によって運営されている場合を例に説明する。尚、広告挿入サーバ103とメールサーバ110とは、同一のシステムとしても良いし、別々のシステムとしても良い。

【0078】

次に、システム全体の動作について説明する。尚、これまで説明した各部の処理、構成と相違する部分についても、合わせて説明していく。

まず銀行には、利用者がメールサーバを備えるISPシステムの利用料金を支払うための利用者の口座、広告挿入サーバの事業主の口座が開設されている。

まず広告主が広告を提供するための登録動作について説明する。広告主は、広告の提供を行うため銀行端末を利用して銀行に開設されている事業主の口座に還元金を振り込む（ステップ1701）。広告主は、事業主の口座に振り込んだことを証明する証明証を銀行端末から受け取る（1702）。広告主は、銀行から送られた証明証、振り込んだ還元金の金額、広告関連情報を広告挿入サーバ103へ送る（1703）。広告挿入サーバ103は、広告主から送られた証明証を利用して証明証の認証を行う。この認証より、証明証が正しいものと判断されたら、広告挿入サーバは還元金の金額と共に、広告関連情報を広告主データベース212へ登録する。これにより、広告主の登録動作は終了する。

【0079】

また、利用者が広告提供を利用するためには、利用者関連情報を広告挿入サーバ103へ送り、広告挿入サーバ103が個人情報データベース210に利用者関連情報を登録する。

【0080】

次に、利用者が利用者端末を利用してメールの送信要求を出した場合の動作について説明する。

利用者は利用者端末106を利用して、広告挿入サーバ103へ電子メールの送信要求を出す（1704）。広告挿入サーバ103は、電子メールの送信要求を受けると、メールサーバへ問い合わせを行い、メールサーバから利用者のメールを受け取る。広告挿入サーバは、メールを受け取ると、メールに記述されたメール作成者のアドレスを抽出し、電子メールの送信要求を出した利用者と対応付

けて、アクセス情報データベース211へ登録する。広告挿入サーバは、受け取ったメールと共に、広告、広告の詳細を示すURL、識別子を利用者端末106に送る(1705)。尚、これは図3に示した処理301と302の間でメールに記述されたメール作成者のアドレスを抽出し、電子メールの送信要求を出した利用者に対応付けて、アクセス情報データベース211へ登録する処理を行うことで実現することができる。メールから送信者のアドレスを抽出するのは、例えばメールのヘッダに記述された文字“From”、“@”を利用し、“From”の後で“@”を含む文字列を検索することにより特定することができる。

【0081】

次に、利用者が利用者端末106へ送られてきた、広告の詳細を示すURLを利用して広告主端末へアクセスした場合の動作について説明する。尚、ここでは広告主の端末から広告の詳細を受け取る場合について説明するが、広告の詳細は別の端末へ用意しておいてもよい。利用者が利用者端末106に送られ、端末の画面に表示された“広告挿入サーバURL? 広告詳細URL? 利用者ID?”をマウスなどの指示装置で指示することにより、広告挿入サーバへ“広告詳細URL”、“利用者ID”が送られる(1706)。広告挿入サーバ103は、“利用者ID”に従って、利用料金の計算を行う。この利用料金の計算は、広告主から事業主の口座へ振り込まれた還元金を広告詳細URLに従ってアクセスする利用者の利用料金へ割当てするものである。ここで、利用者としては、広告詳細URLへアクセスすることにより還元金が割当てられることを期待しているので、(1) 事業主の口座に振り込まれた還元金が残っていない場合には、還元金の割当てがないことを利用者及び広告主に知らせる必要がある。また、(2) メール作成者とメール受信者とが同一人物となると、還元金が不正に利用される場合もあるので、メール作成者と受信者とが同一の場合には、還元金の割当てを行わないようにする必要がある。また、(3) 広告主は期間を限定して還元金の割当てを希望する場合もあるので、期間を過ぎて“広告詳細URL”へアクセスした利用者に対しては還元金の割当てを行わないようにする必要がある。

この(1)から(3)を満足するように利用料金の計算を行うため、図19、図20に示した処理を行う。

【0082】

図19は、図5の処理507と処理508との間で実行される処理である。まず、還元金が通常料金又は割増料金以上残っているか確認する(1801)。残っていない場合には、“広告詳細URL”へアクセスする利用者へ、広告詳細URLへアクセスできないことを伝え(1802)、料金計算の処理を終了する。このとき、広告挿入サーバ103は、広告詳細URLへアクセスしない。還元金が残っていることが確認されたら次に、広告終了日付606を利用して、“広告詳細URL”へのアクセスが広告終了日付を過ぎていないか確認する(1803)。広告終了日付を過ぎている場合には、“広告詳細URL”へアクセスする利用者へ、広告詳細URLへアクセスできないことを伝え(1802)、料金計算の処理を終了する。広告終了日付を過ぎていないことが確認されたら、次に“広告詳細URL”へアクセスする利用者と、メール作成者とが同一であるか否かを確認する(1804)。メール作成者と“広告詳細URL”へアクセスする利用者とが同一である場合、通常料金又は割増料金の割当てがないことを“広告詳細URL”へアクセスする利用者へ伝える(1805)。この場合、広告挿入サーバ103は、“広告詳細URL”へアクセスする。ここで示した処理1803は、上述の(2)の問題を解決するものであるが、処理1803の代わりに、図18で示した処理1705で識別子を送らないで、メール、広告、広告の詳細を示すURLだけを送るようにしてもよい。これは図4に示した広告挿入処理(406)において、アクセス情報データベースに登録されたメール作成者と、メール送信要求者とが同一か否かを判断し、同一の場合には、メール、広告、広告の詳細を示すURLを挿入し、同一でない場合にはメール、広告、広告の詳細を示すURL、識別子を挿入すればよい。このようにすれば、図5に示したユーザID(識別子)の抽出処理(506)でユーザID(識別子)が抽出されないので、還元金の割当てがされることがない。

【0083】

次に、図19は図5の処理512の後に実行される処理を示したものである。還元金が通常料金又は割増料金以上残っているか確認する(1901)。残っていない場合には、広告主へ還元金の残高がない旨を伝える(1902)。次に、

抽出された“広告詳細URL”に従ってアクセスを行う（1903）。尚、ステップ1903で“広告詳細URL”へアクセスを行うので、本実施例ではステップ507において“広告詳細URL”へのアクセスは行わない。また、ステップ510、511の割増料金加算、通常料金加算では、加算された割増料金、通常料金を還元金から減算し、ステップ512で還元金の更新を行う。

【0084】

この図19、20及び図5に示した処理は、広告詳細を参照する要求を利用者からうけた時に実行する。これにより上述の（1）から（3）の問題を解決することができる。尚、還元金の残高がない旨の通知を受けた広告主は、事業主の口座に還元金を追加し（1702）、証明証を広告挿入サーバ103へ送ることにより、広告の提供を続けることが可能になる。更に、還元金の割り当て処理であるステップ510、511において、メール作成者が、個人情報データベース210に登録されているか、検索を行い、既に登録されている場合には、メール作成者へも還元金の一部を割り当てるようにしてもよい。

【0085】

広告挿入サーバ103は、定期的に銀行端末へ振り込み依頼（1710）を行う。この振り込み依頼は、利用者へ割当てられた通常料金、割増料金を事業主の口座から利用者の口座へ振り返るための依頼である。広告挿入サーバは、事業主の口座番号、通常料金、割増料金、振り返るべき利用者の口座番号を銀行端末104へ送る。広告主は、広告終了日付を過ぎた時点で残った還元金（通常料金、割増料金に割当てられなかった還元金）を事業主の別の口座へ振り込むようにしてもよい。また、広告挿入サーバとメールサーバとが別の事業主であった場合、残った還元金の一部をメールサーバの事業主の口座へ振り込んでもよい。

【0086】

以上説明したように、本実施例によれば利用者、広告主、広告挿入サーバの事業主にとって、より安全性が高い広告提供システムを提供することができる。

【0087】

なお、先に説明した実施例に加えて図19、図20に示した処理をプログラムで記述し、磁気ディスク、光ディスク、光磁気ディスクなどのコンピュータで読

み取り可能な記憶媒体に記憶し、この記憶媒体に記憶されたプログラムを読み出し、実行することによりCPU、記憶装置を有するコンピュータで、本処理を実行することができる。

【0088】

本発明を利用することにより、電子メールの利用者は電子メールに挿入されている広告を参照することにより、広告主より電子メール利用料金の一部還元として広告料を受け取ることが出来る。

【0089】

また、挿入される広告に興味を示したり、広告に掲載された商品を購入する際、より多くの広告料の還元を受けることが出来る。

【0090】

電子メール利用者としてはより安い料金にてインターネットや電子メールを利用することが出来る。

【0091】

【発明の効果】

広告挿入サーバは、広告の詳細を参照する利用者を特定することができる。

【図面の簡単な説明】

【図1】

システム全体の構成を示した図である。

【図2】

広告挿入サーバの構成を示した図である。

【図3】

広告挿入部の処理フローを示した図である。

【図4】

広告挿入処理のフローを示した図である。

【図5】

料金処理部のフローを示した図である。

【図6】

広告主情報データベースの構成を示した図である。

【図 7】

利用者のアクセス状況データベースの構成を示した図である。

【図 8】

利用者の個人情報データベースの構成を示した図である。

【図 9】

電子メールへ広告挿入例を示した図である。

【図 10】

電子メールへ広告挿入例を示した図である。

【図 11】

広告挿入例（Web アクセスの場合）を示した図である。

【図 12】

広告挿入例（携帯電話の場合）を示した図である。

【図 13】

広告主データベースの構成を示した図である。

【図 14】

システム全体の動作を示した図である。

【図 15】

システム全体の動作を示した図である。

【図 16】

注文画面の一例を示した図である。

【図 17】

広告要求画面の一例を示した図である。

【図 18】

他の実施例によるシステム全体の動作を示した図である

【図 19】

料金計算の他の実施例を示した図である。

【図 20】

料金計算の他の実施例を示した図である。

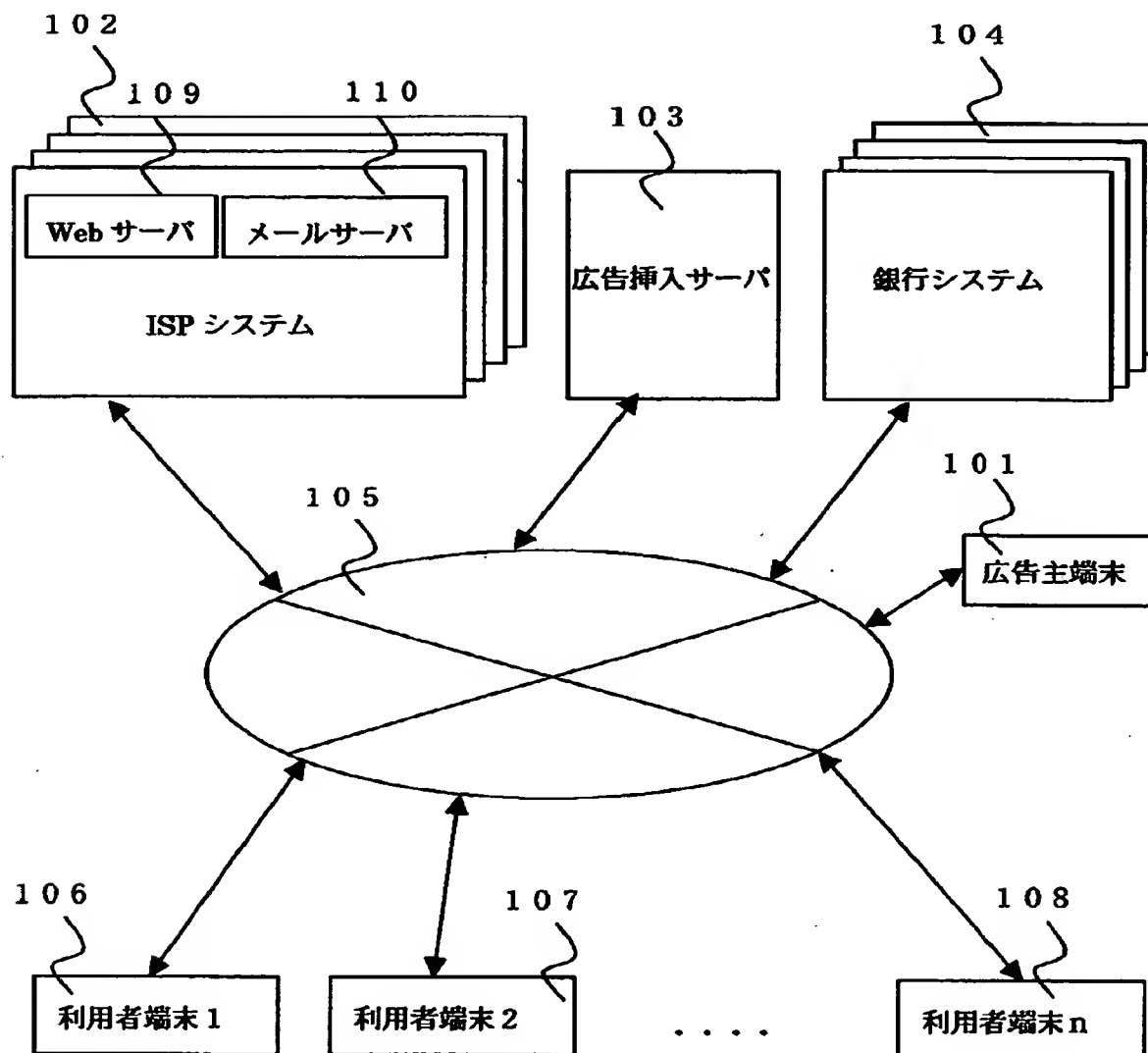
【符号の説明】

- 1 0 1 広告主端末
- 1 0 2 I S P システム
- 1 0 3 広告挿入サーバ
- 1 0 4 銀行システム
- 1 0 5 通信回線
- 1 0 6 利用者端末 1
- 1 0 7 利用者端末 2
- 1 0 8 利用者端末 3
- 1 0 9 W e b サーバ
- 1 1 0 メールサーバ

【書類名】 図面

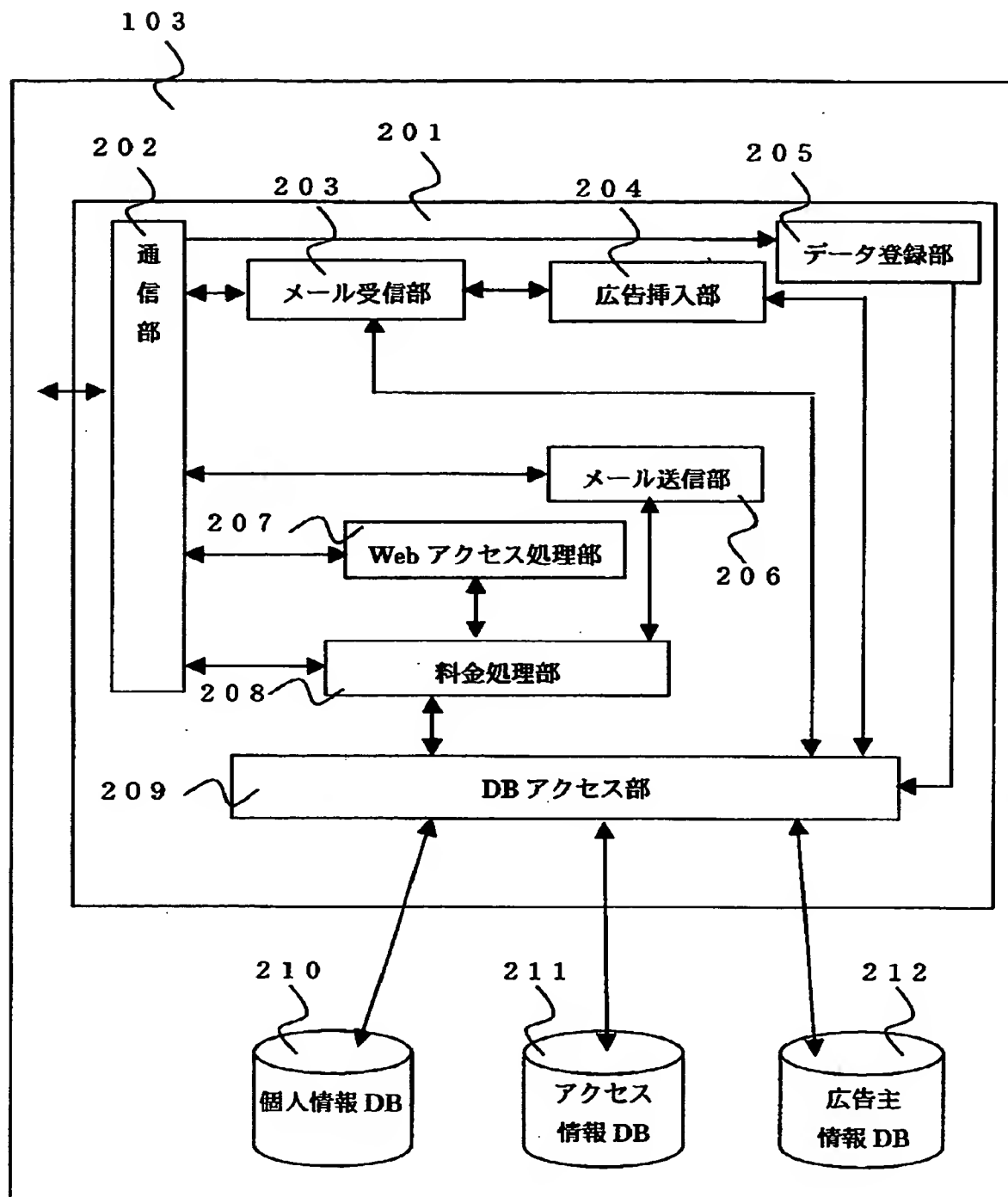
【図 1】

図 1

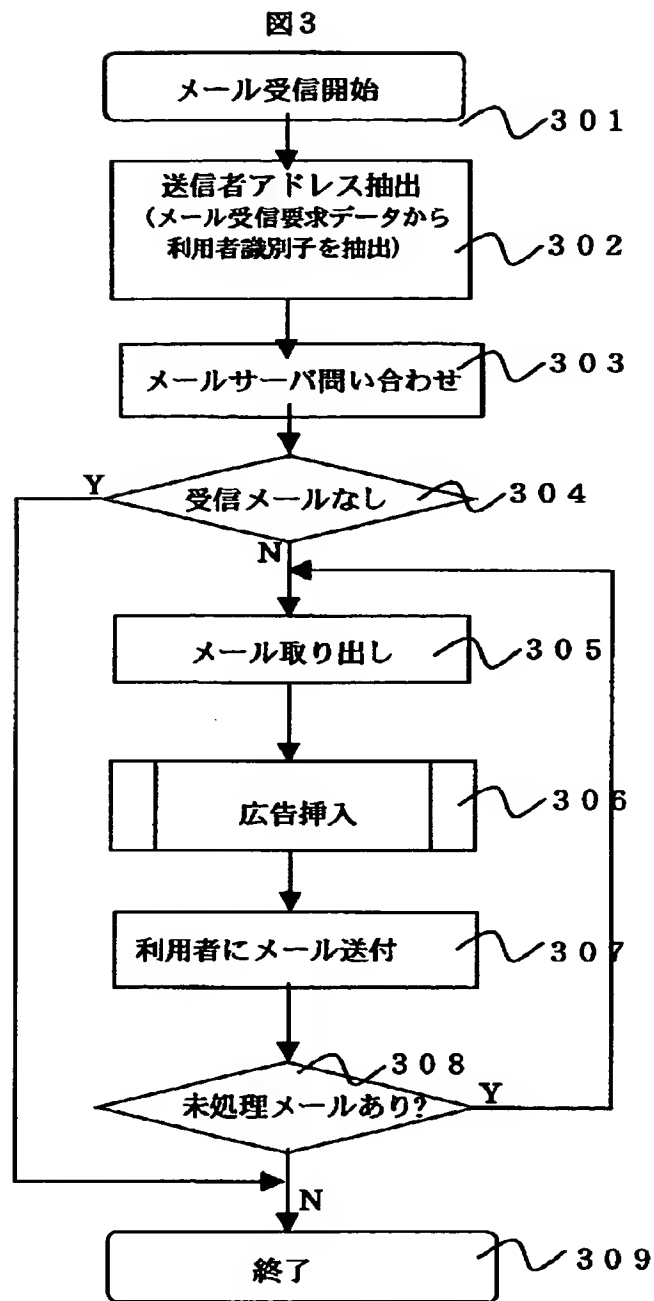


【図 2】

図 2

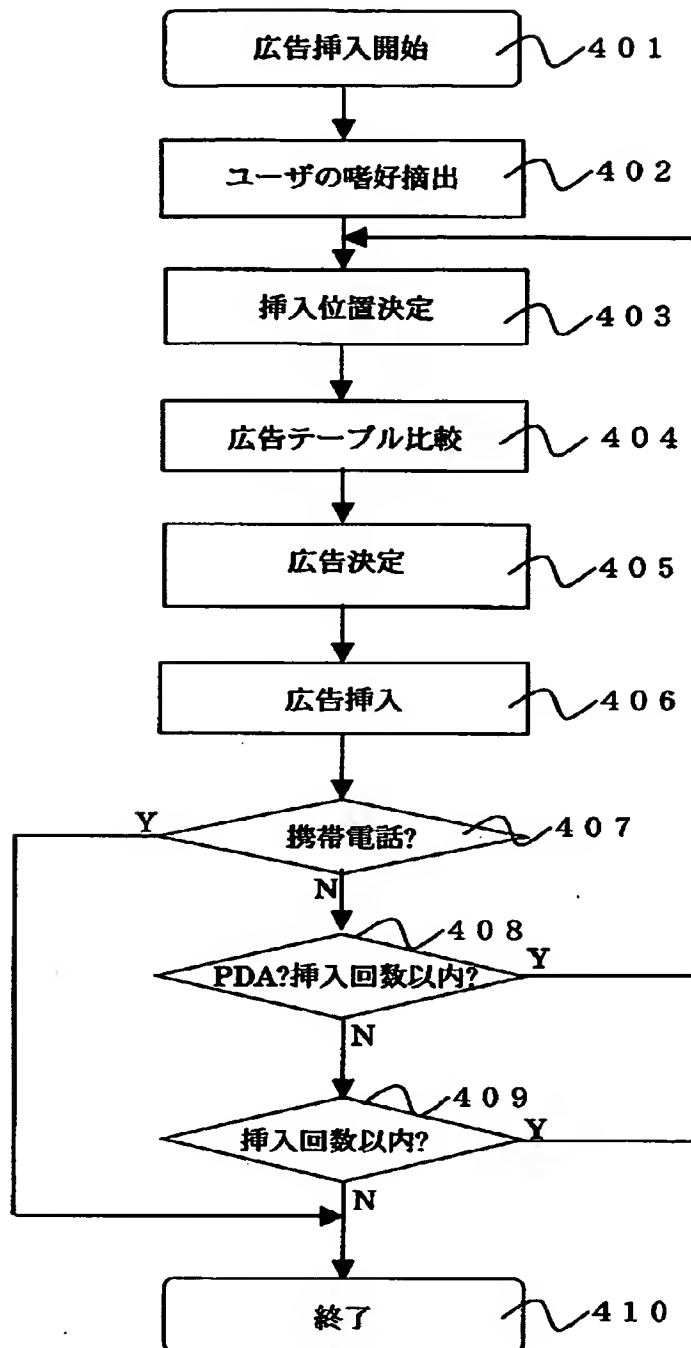


【図3】



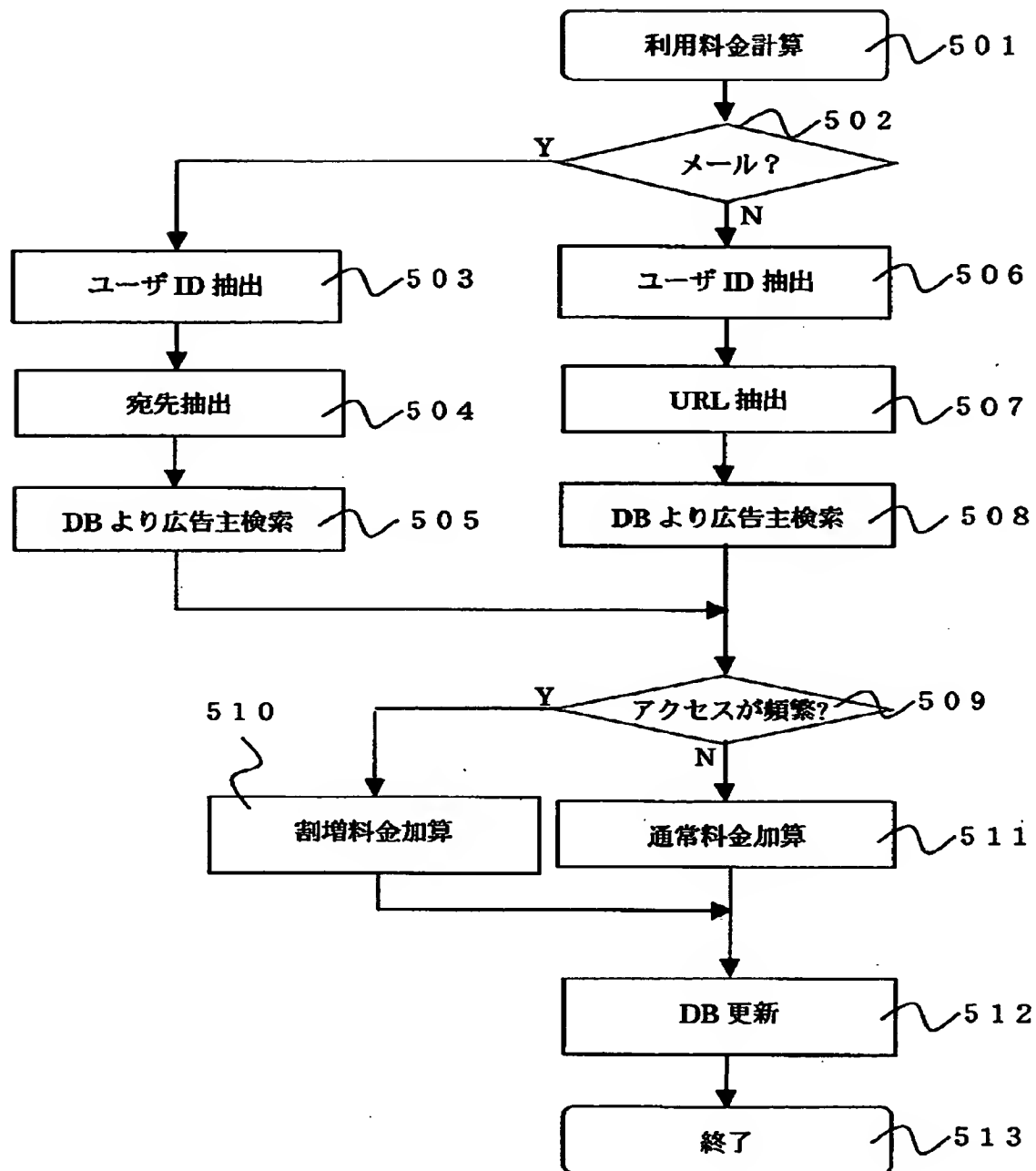
【図 4】

図 4



【図 5】

図 5



【図 6】

図 6

601 広告主	602 種別	603 広告内容	604 メールアドレス	605 挿入 回数	606 広告終了日付	607 単 価	608 割 増 単 価	609 挿 入 位 置	610 7ヶ月 判定 時刻
A 企業	化粧品	このたび…	cm@kigyouna.co.jp	539	2000/05/21	2	4	1	00:02:30
B 企業	車	今週末…	custom@kigyob.co.j	24	2000/06/02	1	3	2	07:00:00
:	:	:	:	:	:	:	:	:	:
X 企業	食料品	新しい食…	user@xxx.co.jp	352	2000/07/11	5	10	1	00:01:30

【図 7】

図 7

701 利用者	702 広告主	703 広告料	704 アクセス回数	705 最終アクセス日時
A 男	B 企業	12	10	2000/04/10 15:21
	C 企業	35	20	2000/05/12 10:15
B 子	E 企業	21	15	2000/06/03 17:38
	F 企業	1315	985	2000/03/22 02:01
:	:	:	:	:
	X 企業	1	1	2000/05/15 12:10

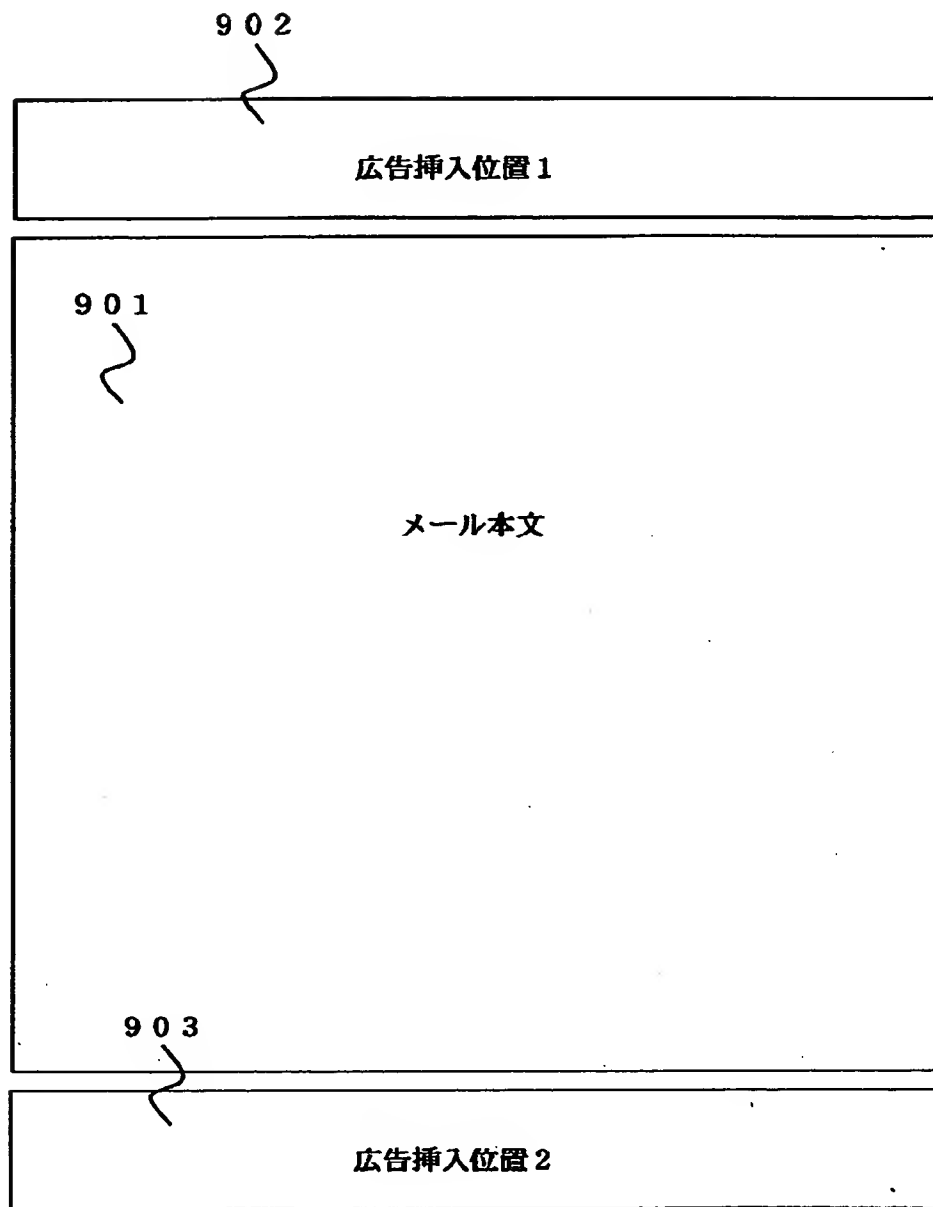
【図 8】

図 8

801 利用者	802 ユーザ識別子	803 趣味・嗜好	804 銀行名	805 支店名	806 口座番号	807 利用形態
A 男	ad1@xxx.co.jp	玩具, 車	A 銀行	A 支店	123456	PC
B 子	ad2@yyy.co.jp	旅行, 食事	B 銀行	C 支店	112255	携帯電話
B 子	ad3@zzz.ne.jp	旅行, 食事	B 銀行	D 支店	334455	PDA
:	:	:	:	:	:	:
X 夫	ad4@aaa.co.jp	アニメ	M 銀行	N 支店	884536	PC

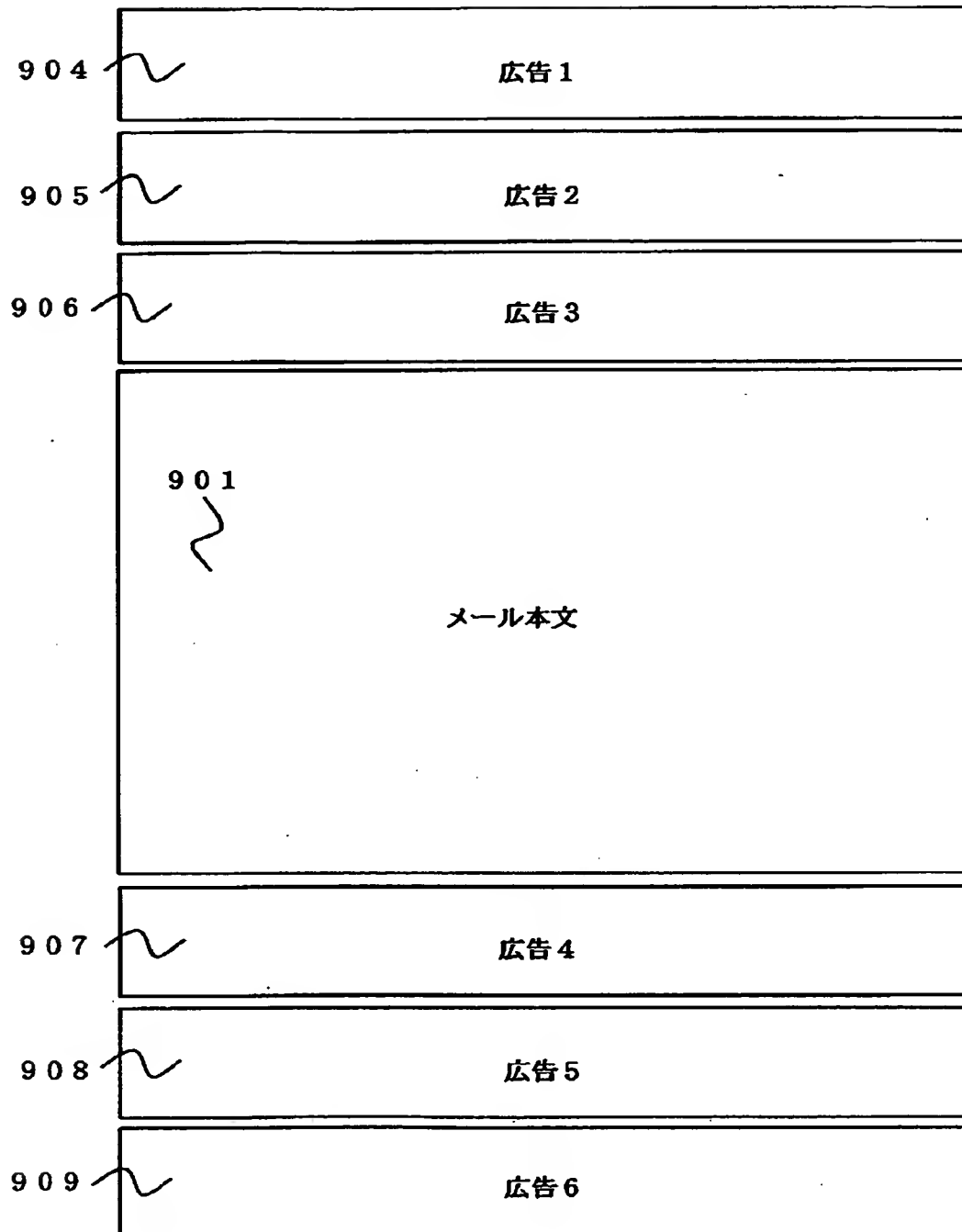
【図 9】

図 9



【図10】

図10



【図11】

図11

1002

このたび我が社では口紅を新発売しました。

ここを↓アクセスしてください。

<http://abc/srv?http://www.xxx.co.jp/yyyy?ID=ad1@xxx.co.jp?Pos=1>

【図12】

図12

1101

このたび我が社では口紅を新発売しました。

ここにメールをお送りください。

宛先：uketsuke@xxxx.co.jp

折り返し詳しい案内をお送りします。

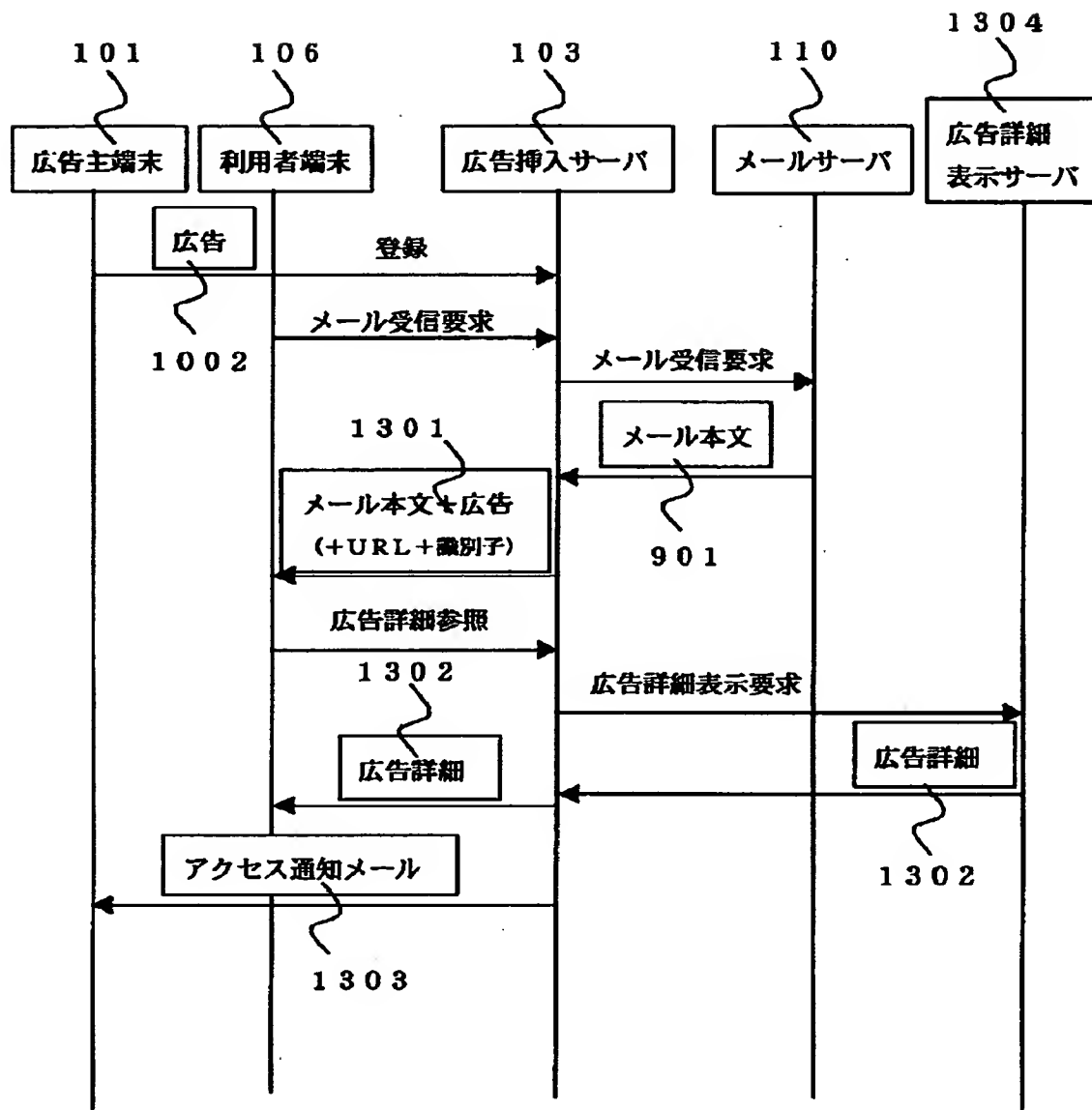
【図 13】

図 13

601 広告主	602 種別	603 広告内容	604 メールアドレス	605 挿入 回数	606 広告終了日付	607 単価	608 割増 単価	609 挿入 位置	1201 基本 料金
A 企業	化粧品	このたび…	cm@kigyousa.co.jp	539	2000/05/21	2	4	1	712
B 企業	車	今週末…	custom@kigyob.co.jp	24	2000/06/02	1	3	2	24
:	:	:		:	:	:	:	:	:
X 企業	食料品	新しい食…	user@xxx.co.jp	352	2000/07/11	5	10	3	483

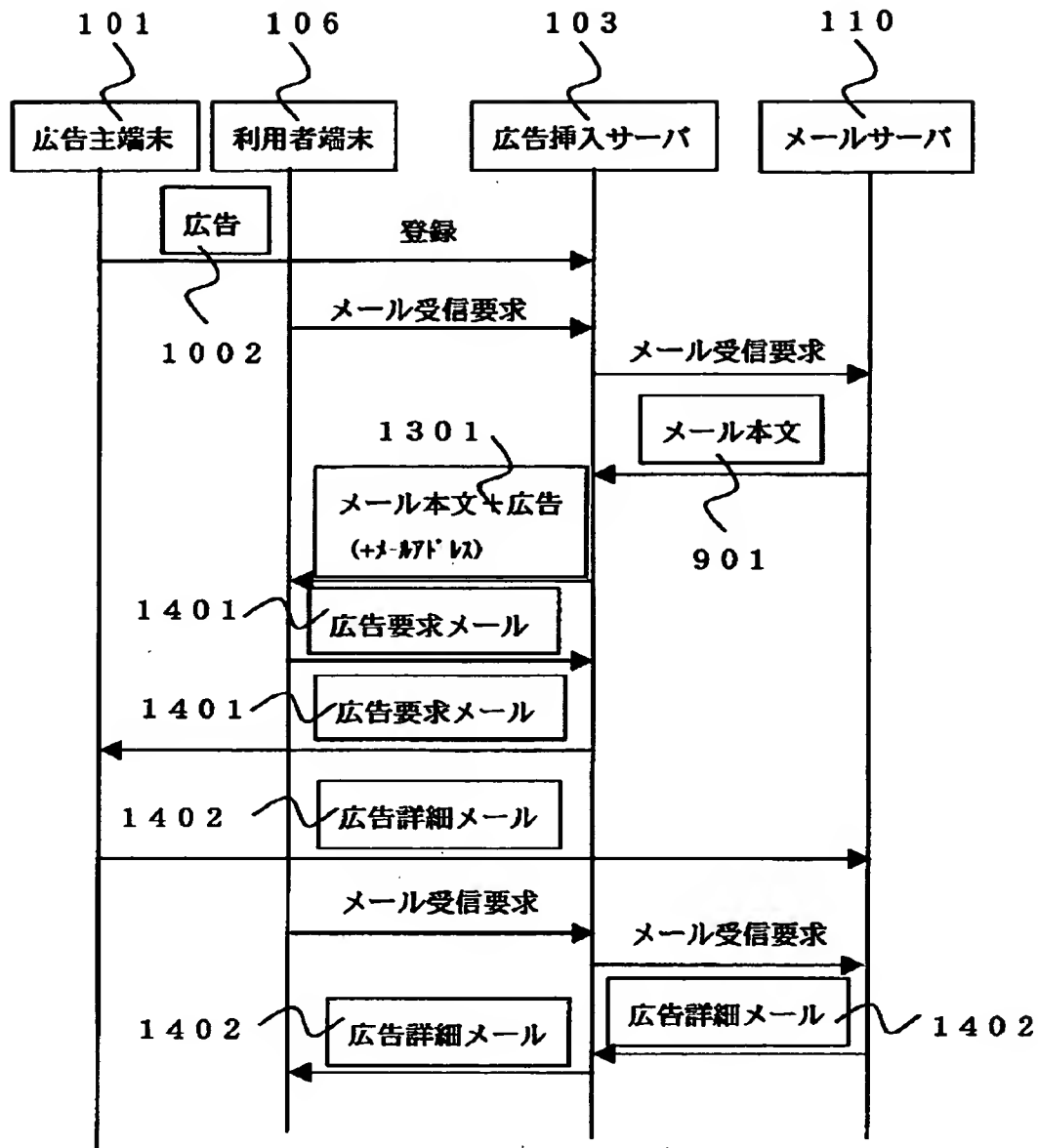
【図14】

図14



【図 15】

図 15



【図16】

図16

1501

専用注文フォーム画面

氏名:	<input type="text"/>
住所:	<input type="text"/>
電話番号:	<input type="text"/>
メールアドレス:	<input type="text"/>
商品名:	<input type="text"/>
数量:	<input type="text"/>
備考:	<input type="text"/>

【図 17】

図 17

1601

広告の詳細を希望します。

-----Forward Message-----

このたび我が社では口紅を新発売しました。

ここにメールをお送りください。

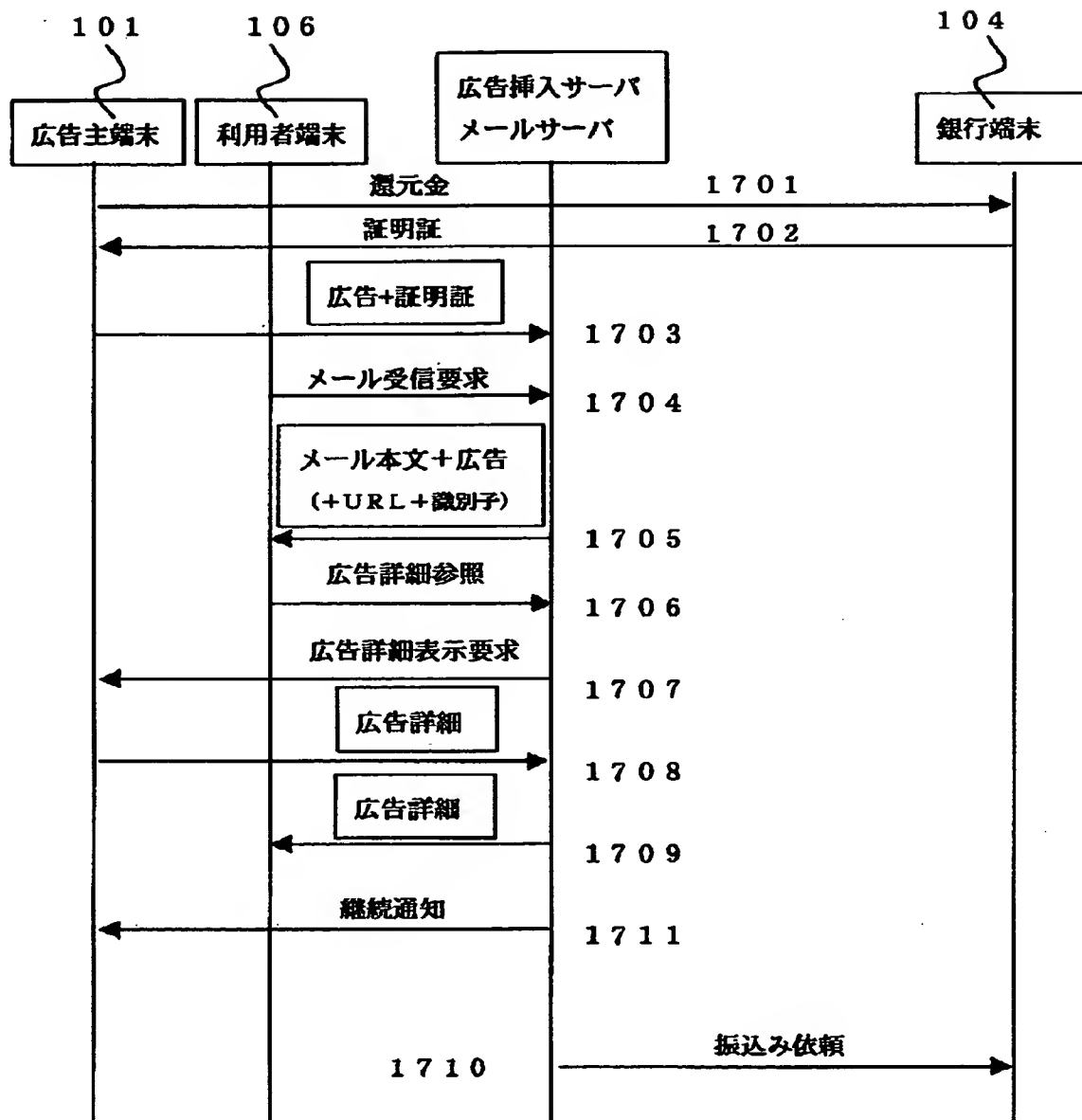
宛先: uketsuke@xxxx.co.jp

折り返し詳しい案内をお送りします。

-----End Forward Message-----

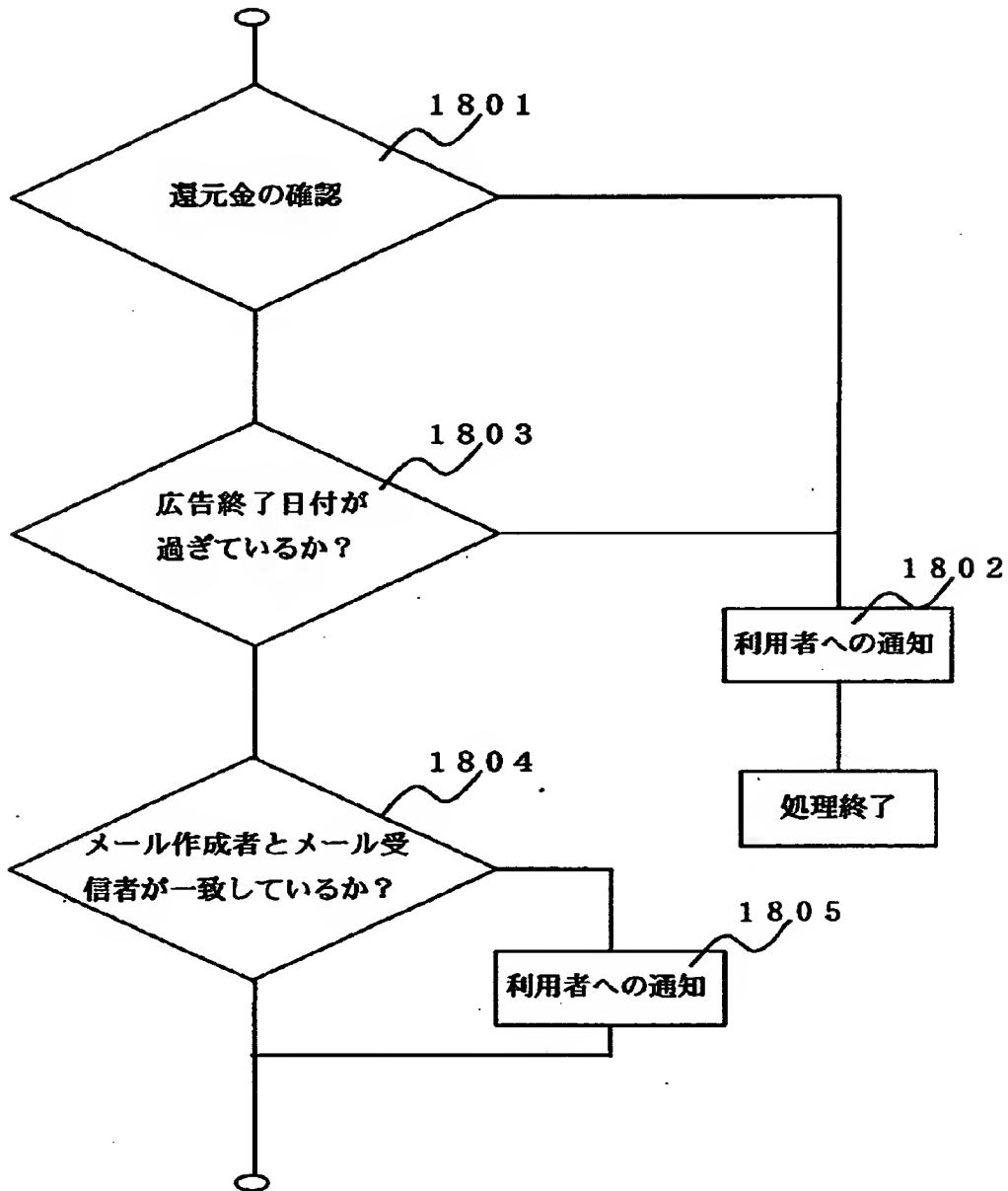
【図 18】

図 18



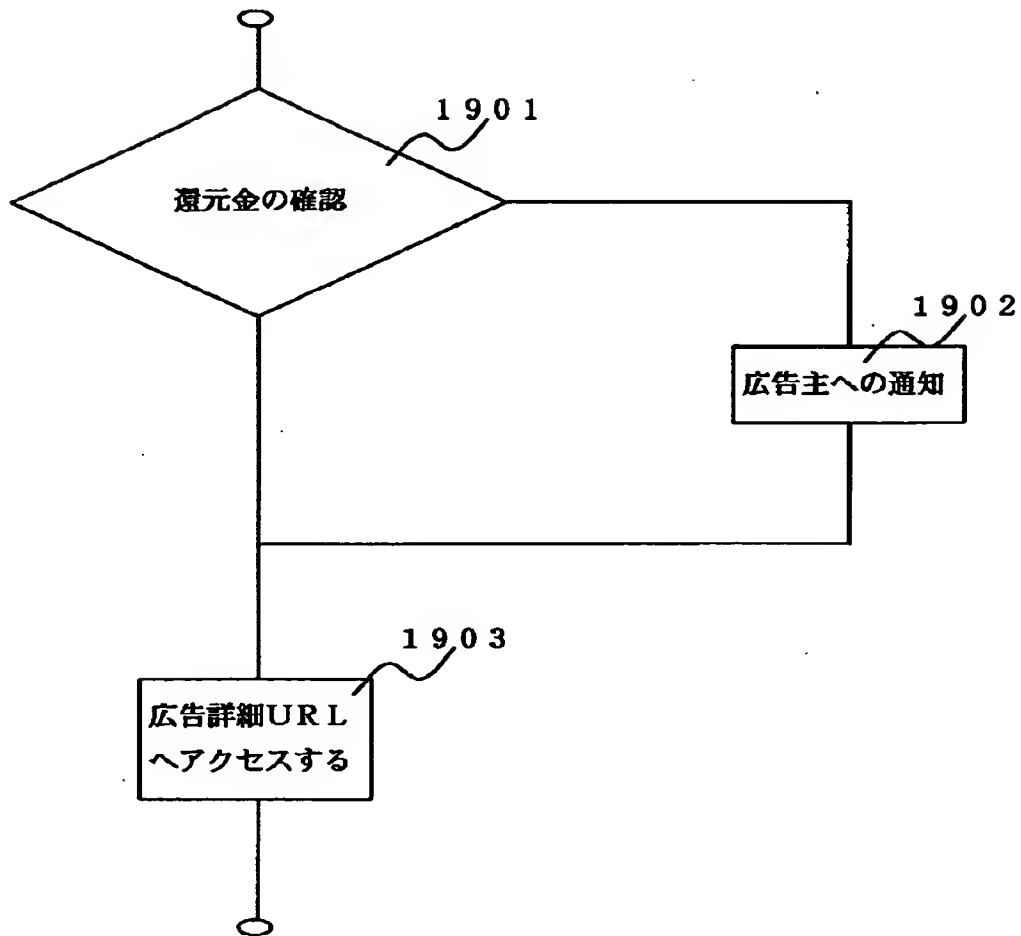
【図19】

図19



【図20】

図20



【書類名】 要約書

【要約】

【課題】

本発明の目的は、広告をアクセスした人をサーバ側で確認することができるシステムを提供することにある。

また、本発明の他の目的は、広告の提供を利用する利用者へ利用料金を割引くサービスを行うシステムを提供することにある。

【解決手段】

上記目的を達成する一つ的手段として、ネットワーク上に設けられたサーバが、メール受信者へメールを送信する際に、サーバのアドレス、識別情報、広告先のアドレスとを含むアドレス情報を付加する。

【選択図】 図 1

出 願 人 履 歴 情 報

識別番号 [000005108]

1. 変更年月日 1990年 8月31日

[変更理由] 新規登録

住 所 東京都千代田区神田駿河台4丁目6番地

氏 名 株式会社日立製作所